

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS
DEPARTAMENTO DE SECRETARIADO EXECUTIVO

Maria Luciane Costa dos Santos

ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS: O CARNAVAL NO MUNICÍPIO DE
ITABAIANINHA (SE)

São Cristóvão - SE
2018

Maria Luciane Costa dos Santos

ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS: O CARNAVAL NO MUNICÍPIO DE ITABAIANINHA
(SE)

Monografia a ser apresentada ao Departamento de Secretariado Executivo (DSE) da Universidade Federal de Sergipe (UFS), como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Secretariado Executivo.

Orientadora: Professora Manuela Ramos da Silva

São Cristóvão, SE
2018

Maria Luciane Costa dos Santos

**ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS: O CARNAVAL NO MUNICÍPIO DE
ITABAIANINHA (SE)**

Monografia a ser apresentada ao Departamento de Secretariado Executivo (DSE) da Universidade Federal de Sergipe (UFS), como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Secretariado Executivo.

Aprovado em: 22 de fevereiro de 2018:

Banca Examinadora

Manuela Ramos da Silva (UFS)
(Presidente/Orientadora)

Augusto Cesar Vieira dos Santos,(UFS)

Nathalia Carvalho Moreira, Dra. (UFS)

São Cristóvão, SE
2018

DEDICATÓRIA

À Deus, o que seria de mim sem a fé que eu tenho Nele? E o que dizer a você, MÃE? Obrigada pela paciência, pelo incentivo, pela força e principalmente pelo carinho. Valeu a pena toda distância, todo sofrimento, todas as renúncias... Valeu a pena esperar... Hoje estamos colhendo, juntas, os frutos do nosso empenho! Esta vitória é muito mais sua do que minha!

“Que os vossos esforços desafiem assim possibilidades lembrai-vos de que as grandes coisas do homem foram conquistadas do que parece impossível.”

Charles Chaplin

AGRADECIMENTO

Ao meu Deus por todas as oportunidades que me concedeste, pela vontade inexplicável de nunca desistir do meu objetivo da conclusão do curso. Gratidão a Deus por ter me acompanhado e iluminado meu caminho durante esses quatro anos e meio, por ter dado a oportunidade de viver, de evoluir, de crescer e de conhecer pessoas diferentes, que se tornaram importantes para a minha evolução para que pudesse chegar aqui.

A minha mãe pela paciência, pela força concedida durante a minha vida e ao apoio imensurável dado na elaboração deste trabalho, pelo amor, honestidade, se tornou uma figura importante em minha formação, o carinho, a educação, o incentivo, o encorajamento e a compreensão dela me possibilitou permanecer firme e que suportou todos os meus desabafos sobre as minhas dificuldades que enfrentei durante esses quatro anos e meio na UFS.

A todos os professores do curso que contribuíram para o meu desenvolvimento intelectual por ter exigido bastante de mim, no qual não seria de exercer determinada tarefa.

RESUMO

ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS: O CARNAVAL NO MUNICÍPIO DE ITABAIANINHA (SE)

AUTORA: Maria Luciane Costa dos Santos

ORIENTADORA: Manuela Ramos da Silva

Este trabalho teve como objetivo analisar a prática de organização e planejamento do carnaval de Itabaianinha (SE). Nesse contexto, este trabalho identificou características da organização de eventos, destacando o carnaval do município, destacando a importância do planejamento para a realização dos eventos e as dificuldades que a equipe organizadora tiveram. O turismo de eventos traz um enriquecimento comercial e cultural, tendo em vista que o turismo vem crescendo no Brasil e a importância do turismo cultural para o desenvolvimento econômico, atraindo assim o seu público-alvo. A metodologia aplicada da pesquisa foi realizada através de duas entrevistas, com pessoas envolvidas diretamente com a organização do carnaval. Dessa forma, foi possível saber quem organiza, como são organizadas e quais resultados trazem e podem trazer as festas de carnaval da cidade.

Palavras-chave: Eventos. Gestão . Turismo.

ABSTRACT

CUSTOMER SERVICE: A CASE STUDY IN A COMPANY IN THE MUNICIPALITY OF ITABAIANINHA (SE)

AUTHOR: MARIA Luciane Costa dos Santos

ADVISOR: Manuela Ramos da Silva

This work had as objective to analyze the practice of organization and planning of the carnival of Itabaianinha (SE). In this context, this work identified characteristics of the organization of events, highlighting the carnival of the municipality, highlighting the importance of planning for the accomplishment of events and the difficulties that the organizing team had. Event tourism brings a commercial and cultural enrichment, given that tourism is growing in Brazil and the importance of cultural tourism for economic development, thus attracting its target audience. The applied methodology of the research was carried out through two interviews, with people directly involved with the organization of the carnival. In this way, it was possible to know who organizes, how they are organized and what results they bring and can bring the carnival feasts of the city.

Key-words: Events; Management; Tourism

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	7
2. REVISÃO DE LITERATURA	9
2.1 GESTÃO E ORGANIZAÇÃO	ERRO! INDICADOR NÃO DEFINIDO.
2.2 CONCEITOS SOBRE A ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS	11
2.3 TURISMO DE EVENTOS	16
2.4 O CARNAVAL E A CIDADE DE ITABAIANINHA	19
3 MATERIAIS E MÉTODOS	27
4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	30
5. CONCLUSÃO	38

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

APÊNDICE

1. INTRODUÇÃO

De acordo Piscopo (2012), a conscientização sobre as necessidades do maior desenvolvimento do setor de eventos tem mobilizado as iniciativas públicas e privada, para criar a infraestrutura e os serviços necessários aos participantes dos eventos. Assim, investe-se na modernização de aeroportos, centros de convenções e na construção de hotéis, restaurantes e lojas, apenas para citar alguns desses esforços. Nota-se, portanto, que os eventos apresentam grande potencial para influenciar a demanda de produtos e de serviços em uma dada região e, conseqüentemente, alavancar o crescimento.

Para Nascimento e Barreto (2015), várias cidades passaram a investir e planejar o desenvolvimento da atividade turística baseados para a organização de eventos, que atraíam a atenção das pessoas para a localidade, dentre os vários eventos é possível citar as vaquejadas, festas religiosas e, principalmente, o carnaval que é realizado em muitas cidades brasileiras, visto que é um evento que tem duração de quatro dias, com isso há um maior gasto por parte dos foliões e, conseqüentemente, o retorno econômico é maior, além do processo de mudanças que a cidade passa durante o evento, tais como: aumento no fluxo de pessoas na cidade, aluguel de imóveis, aumento nas vendas dentre outros.

O evento cultural teve um crescimento nas cidades, pois, cada cidade tem uma cultura para diferenciar das outras localidades. Para Ribeiro, Vareiro, Fabeiro e Blas (2006), em todas as sociedades podemos encontrar festivais e outros eventos culturais, pois são vistos como fatores de renovação e revitalização dos lugares e das regiões, não só a nível econômico mas também a nível paisagístico de preservação cultural e histórico.

Um dos eventos culturais que precisa de uma organização é o carnaval. Segundo Rubim, Barbalho e Rubim (2005), uma festa popular como o carnaval, por exemplo, aparentemente apenas lugar, por excelência, do lúdico e das manifestações espontânea, não pode se realizar sem um grande esforço de organização.

Tem algumas características que um evento cultural precisa para sua organização. Segundo Dias (2011), no desenvolvimento de um evento cultural é, evidentemente, indispensável a elaboração de um planejamento prévio, suas metas, objetivos, público... e também sua relevância social,

Nesse contexto, este trabalho pretendeu responder ao seguinte questionamento: Qual é a prática de organização e planejamento do carnaval de Itabaianinha/SE? 1) Descrever a gestão do carnaval de Itabaianinha, a partir da percepção dos atores do carnaval. 2) Analisar a contribuição do carnaval para a história e cultura da cidade de Itabaianinha. 3) Identificar o perfil dos atores envolvidos na organização do carnaval.

O presente estudo se justificou pela necessidade de aprimorar os conhecimentos da equipe organizadora do carnaval, já que o evento é um dos mais importantes da cidade e também um dos que mais atrai público, fomentando o turismo local. Verifica-se, portanto, a necessidade da realização de um estudo que aponte ideias para aperfeiçoar o trabalho da equipe organizadora e, conseqüentemente, ter como resultado um carnaval mais bem planejado e executado.

Portanto, a gestão e a organização e a execução de um evento no patamar que é o carnaval de Itabaianinha devem reunir conhecimentos e habilidades articuladas de forma a combinar bem os recursos disponíveis às necessidades dos participantes. O profissionalismo e o conhecimento técnico devem se fazer presentes em todas as etapas para que gere efeitos positivos. Afinal, são muitos detalhes, muitas providências a serem tomadas, muitas reuniões e discussões até que se construa o evento como um todo, exigindo da equipe organizadora uma boa administração de seus relacionamentos e de suas tarefas.

Este trabalho está dividido em 6 seções. No primeiro capítulo está a introdução expondo um breve contextualização e apresentando o problema, os objetivos geral e específicos e a justificativa. No segundo capítulo é realizada uma revisão sobre a gestão e organização. Este capítulo divide-se em três partes: A organização de eventos, turismo de evento, o carnaval e a cidade de Itabaianinha o terceiro capítulo apresenta os materiais e métodos e discute os resultados finais para análise de dados. E por último o sexto capítulo as considerações finais e os trabalhos futuros.

2. REVISÃO DE LITERATURA

A fundamentação teórica será apresentada neste capítulo, delimitada nos principais temas: gestão e organização; conceitos sobre a organização de eventos; turismo de eventos.

2.1 GESTÃO E ORGANIZAÇÃO

Segundo Matias (2004, p. 4), o primeiro eventos realizado, denominado de congresso aconteceu em 377 a.C., em Corento. Esse “congresso” reuniu todos os delegados das cidades gregas, que elegeram Felipe o generalíssimo da Grécia nas lutas contra a Pérsia. Para Matias (2013, p. 4): “Outro tipo de acontecimento identificado na Antiguidade foram as festas Saturnalias, instituídas em 500 a.C. das quais derivam o carnaval. Que nos dias atuais é bem popular”.

Para Coutinho (2010) na Idade Média foi bastante significativa. Esse período foi marcado por uma série de eventos religiosos e comerciais, os antigos demonstraram curiosidades em fazer eventos. Foi um marco na Idade Média. Segundo Matias (2013, p. 3) os primeiros registros que identificaram essas viagens, que podem ser considerados como origens do turismo, mais especificamente do turismo de eventos, foram os primeiros jogos Olímpicos da Era Antiga, datados de 776 a.C., que aconteceu na Grécia Antiga.

O último evento da história da Idade Média na Grécia foi a conferência de Luca. Segundo Coutinho (2010), em 56 a.C. aconteceu o último evento da Idade Média, que foi a Conferência de Luca, que tinha por objetivo reconciliar os dois rivais, Pompeu e Crasso. Através dos eventos que ocorreram na Idade Média houve uma mudança social com um caráter comercial, que conquistou a população das cidades vizinhas trazendo suas culturas e produtos, dando origem ao turismo de evento.

Com isso, houve a evolução dos eventos no qual se destacaram os eventos religiosos como os concílios, as feiras, e também os eventos científicos e técnicos, registrando-se que o primeiro congresso científico ocorreu em Roma no ano 1681, sendo um Congresso de Medicina Geral, e o “congresso” de Viena em 1815. Para Targiano e Neyra (2006), esses eventos acontecem com o intuito de divulgar pesquisa científica, através de apresentação oral de trabalhos.

Os primeiros eventos no Brasil tiveram início antes mesmo da chegada da família real, com as feiras, que já tinham sido registradas na antiguidade. Para Matias (2007), a mais famosa exposição desta época acontecia no Largo da Glória, no Rio de Janeiro, a qual com o passar do tempo foi sendo melhorada até atingir a estrutura das atuais exposições. Com isso, veio o baile de carnaval em 1840, no ano de 1861 no Brasil teve seu primeiro evento com a Exposição Nacional, em 1950 veio a Copa do Mundo, que se tornou o evento mais famoso que envolve vários países, trazendo os turistas e fortalecendo a cultura do país que sediou a copa, a criação do ABAV (Associação Brasileira de Agências de Viagens) em 1953, também foi criado EMBRATUR (Empresa Brasileira de Turismo) no ano de 1967, e Convention and Visitors Bureau em 1983 que é uma organização cívica.

Um dos pioneiros do turismo de eventos foi Thomas Cook, de acordo com Coutinho (2010). Somente no século XIX, o turismo e o turismo de eventos surgiram como atividades organizadas, através do inglês Thomas Cook, que organizou a ida de um grupo de pessoas para participar de um congresso. Os eventos começaram a evoluir a partir da Revolução Industrial, conforme explica Castilli (1990, p. 21), e “foi realmente neste período que as atividades turísticas ganharam melhor organização em diversos países [...] Desenvolveram-se os meios de transporte, os meios de hospedagem, as agências de turismo, a infraestrutura de base, etc”.

Para Matias (2004), não foram somente os eventos científicos e técnicos que propiciaram o desenvolvimento do turismo de eventos. Para se consolidar, definitivamente, como atividade econômica e social, no século XX, os eventos receberam contribuição de atividades esportivas, feiras de amostras e, principalmente, das exposições universais.

O turismo de eventos ficou mais conhecido no século XX, segundo Matias (2007), uma vez que o grande impulso para a ascensão do mercado dos eventos ocorreu a partir do século XX, com o surgimento do automóvel e dos transportes aéreos, que encurtaram distâncias com rapidez e conforto, facilitando a troca de bens e serviços entre nações, tornando as viagens, exclusivamente de passeios, com interesses profissionais.

De acordo com Tosqui (2007) no período que seguiu a pós-guerra, entre os anos 50, 70 do século XX, predominou o chamado “turismo ver”. Essa modalidade de turismo, hoje bastante conhecida e criticada, é feita normalmente em grupos, organizado por meio de pacotes de viagem que fazem visitas a locais pré-estabelecidos com duração pré-determinadas,

normalmente breves, dando o turismo apenas a chance de ver o local. No caso o turismo de evento se desenvolvimento mesmo a partir do século XX entre anos 50 e 70.

De acordo com OMT, a partir de 1970 houve um crescimento significativo no turismo de eventos, o que fez com que este ramo se tornasse um dos mais importantes da “indústria” do turismo, gerando divisas no mundo inteiro e forçando a abertura de agências especializadas neste ramo. Foi a partir da década de 70 que o turismo de evento sofreu uma reviravolta.

Um dos aspectos do turismo de eventos teve sua diversificação foi no finalzinho do século XX. Nesta “nova” fase do estudo do turismo, surgida no final do século XX, o evento turístico passa a ser percebido na sua diversidade cultural, nos aspectos peculiares de cada região, na diferença dos povos, nas oportunidades de entrelaçamento social, político, econômico e cultural entre pessoas de diversas ideologias, crenças, paixões etc. (MATIAS, 2007)

Segundo Mota (2007) hoje o turismo de eventos é bastante acessível a várias camadas da população através de pacotes, financiamento e empresas que operam com baixo custo. Através do relato do autor identificamos que o turismo de evento atendendo a qualquer público que quer fazer turismo.

2.2 CONCEITOS SOBRE A ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS

De acordo com Tenam (2002, p. 13), o eventos é sinônimo de acontecimento não rotineiro; fato que desperta a atenção. Um eclipse, um nascimento, ou uma descoberta são eventos. Outras definições de eventos, segundo alguns autores de acordo com Giacaglia (2003), têm como características principais propiciar uma ocasião extraordinária ao encontro de pessoas, com finalidade específica, a qual se constitui o “tema” principal (...) e justifica sua realização. Para Gonçalves (2003), evento é qualquer tipo de acontecimento, no qual as pessoas se reúnem visando troca de ideias, intercâmbio, confrarias, avaliação de projetos.

Segundo Ribeiro (2007), estas atividades podem ser uma forma de conhecer e de fazer conhecer a identidade dos que celebram. O eventos em si traz muito benefício e ajuda na divulgação de uma cidade ou Estado na parte turística. De acordo com Pugen e Gayer (2012), com a realização de eventos, a cidade como o todo pode se beneficiar não só com a geração

de empregos, renda e impostos e com a divulgação do local, mas também com a possibilidade de entretenimento, que um evento propõe, bem como a valorização e a divulgação da cultura local, que é feita a partir do contato com os visitantes e do aumento do senso de pertencimento local.

Nakane (2000) afirma que, em um eventos, o profissional de secretariado, aliado a um excelente planejamento, se apresenta como o segredo do sucesso e, por meio de técnicas, de criatividade, de bom senso, de dedicação e de um contínuo acompanhamento de todas as etapas existentes na realização de um evento, o sucesso é o resultado certo. Para que um evento seja bem-sucedido é preciso ser planejado com antecedência e que as tarefas sejam delegadas para que cada indivíduo se apresente como responsável, com isso poderá gerar uma satisfação ao público e atrair, cada vez mais, a atenção da mídia, bem como de recursos e de visibilidade. Segundo Ruschmann (2000, p. 84), estabelecer as formas de organização é expor, com precisão, todas as especificações necessárias, para que a atuação, na execução dos trabalhos, seja relacionalmente direcionada para alcançar os resultados pretendidos.

Conforme Tenam (2002, p. 48), o eventos em si gera o turismo, pois sendo também atrativo turístico, este cria fluxos turísticos. Além disso, não havendo oportunidade de conhecer bem a cidade, o participante, que descobriu o destino turístico, pode voltar acompanhado da família ou dos amigos em outra oportunidade. Há, ainda, a propagação da imagem positiva do lugar, que pode gerar a vinda de outros turistas.

Segundo Piscopo (2012, p. 13), diferentes tipos de eventos envolvem diferentes públicos, os quais demandam produtos e serviços que variam conforme as necessidades e os desejos deste público. Por força da ampla dimensão da cadeia de produção de evento, que pode ser desde poucos fornecedores até centenas ou milhares de envolvidos, é absolutamente necessário compreender as diferenças existentes entre os diversos tipos de eventos.

Em geral, os autores entram em um consenso de que um eventos bem organizado e planejado atrai públicos diversos, sendo assim, a cidade ou local se torna um centro turístico e atrativo para o público. De acordo com Melo Neto (1999), um evento é qualquer fato que pode gerar sensação e, por isso, ser motivo de notícia (seja cunho interno e externo), reforça ainda dizendo que o evento tem características de um produto, que deve ser inovador, satisfazer as necessidades do público, criar expectativas, ser acessível a um grande número de pessoas, possuir um nome de fácil memorização, e um forte apelo promocional. Assim se

pode afirmar que o evento é uma promessa de entretenimento e lazer, uma expectativa de sucesso e uma certeza de vivência emotiva.

Para que um eventos tenha uma organização é preciso ter as seguintes etapas: pré-evento, evento e pós-evento, para Martin (2003), para se desenvolver um evento com precisão, este deve passar por fases específicas.

Pré-evento é a fase essencial do eventos, no qual haverá definição do projeto e o planejamento de todas as atividades, bem como o detalhamento de receitas e de despesas esperadas (FERREIRE, 2008). O pré-evento é uma fase que tem o contato com o contratante, que no caso será o cliente, a definição dos objetivos, conhecer o direcionamento na organização e na obtenção dos resultados esperados pelo seu cliente. De acordo com Duarte (2009), nesta fase se define toda a preparação necessária para a organização do evento, tal como a análise situacional, opções estratégicas e coordenação executiva (contempla a definição de todas as etapas do desenvolvimento do evento), o controle financeiro, técnico, administrativo e social do evento.

No caso do orçamento disponível pelo contratante, este será o primeiro passo para ser discutido pelo seu cliente e o gestor de evento, que vai administrar os recursos dos gastos de acordo com que tem. De acordo com Lunkes (2007), o orçamento é a etapa do processo do planejamento estratégico, em que se estima e determina a melhor relação entre resultados e despesas para atender às necessidades, características e objetivos da empresa no período esperado.

Segundo Duarte (2009), esta fase permite, ainda, a criação e a definição de sistema de controle e de coordenação da implantação estratégica. Depois dessas etapas, dos objetivos e do orçamento, vem a estratégia e apresentação do plano a ser adotado.

Nessa fase, o pré-evento tem as seguintes etapas:

- Fazer orçamento de serviços e materiais;
- Inscrições e adesão: recebimento, confirmação e controle e arquivo;
- Mão de obra temporária: seleção, treinamento, contratação e supervisão;
- Correspondência, preparação, expedição e controle e, também, arquivo;
- Elaborar a logomarca, programação oficial e coordenação da elaboração, confecção, distribuição e controle de envio;

- Bancos de dados, formatar o banco de dados com nomes, datas e dados, que vão compor o evento;
- Documentação oficial: elaborar e distribuir crachás, certificados e convites e, depois registros de agradecimento;
- Controle financeiro, elaboração, execução e controle do evento;

Público-alvo implica a definição do perfil, da elaboração, da obtenção e da manutenção dos possíveis participantes. Para Campos (2009, p. 185), o público-alvo é:

A definição de Target deve mensurar e dimensionar o público-alvo a ser atingido, bem como os fornecedores, os parceiros de negócio, os patrocinadores e apoiadores, a comunidade do entorno, suas características, necessidades, especificações e formas de relações. Isto define muito mais que o público alvo a ser atingido com o evento, mas principalmente os players que se relacionarão antes, durante e depois do evento.

Composição da comissão organizadora do evento. Em eventos abertos, a composição é feita por várias pessoas e cada evento irá exibir um organograma diferenciado, dependendo do evento a ser realizado. O importante é que cada atividade esteja pré-definida para que não haja confusão.

A fase do evento é a hora de colocar em prática tudo aquilo que foi planejado no pré-evento, providenciar os materiais para os palestrantes, atender aos participantes com informações e provisão do material, atender e apoiar ao plenário, o cronograma do evento consiste na distribuição ordenada das atividades e providência que determine o espaço de tempo, com datas previstas para início e término de cada tarefa. Para Nunes (2009), contudo, realisticamente, na fase do evento é necessário empreender as seguintes tarefas: liderar equipe, estar preparado para uma “crise”, servir de “ponto de contato” do evento e, por fim, representar a equipe de organização.

Uma ferramenta que um organizador de eventos pode usar dá-se o nome de *checklist*. Nesse documento permite as equipes acompanharem o desenvolvimento do trabalho, monitorarem pendências, mapearem dificuldades e adotarem soluções (BRASIL, 2013). O *checklist* é a mais importante das etapas, e registra o que irá conter em todas as atividades e procedimentos que serão realizados no evento, para que o *checklist* fique organizado, é preciso reunir as atividades em ordem alfabética, em grupos ou setores de organização para cada etapa específica. Observar alguns pontos importantes: preocupação com palestrantes, se

a sala na qual ocorrerá a palestra está de acordo com as necessidades ou salas médicas, chegar à uma infraestrutura do local.

Já o pós-evento é a fase que encerra o evento, a desmontagem da estrutura física do evento, prestação de contas ao cliente, produção de relatório sobre os resultados atingidos pelo evento, devolução das sobras de materiais utilizados no evento, fazer os agradecimentos aos palestrantes do evento através de e-mails. De acordo com Duarte (2009) esta fase vai ter um papel muito importante na organização, uma vez que vai permitir determinar o sucesso ou o fracasso do evento, por meio da avaliação técnica e administrativa e, mais importante de tudo, a avaliação dos participantes.

FASES	DEFINIÇÃO	AUTOR
Pré-evento	É a fase essencial do evento, onde haverá a definição do projeto e do planejamento de todas as atividades, bem como o detalhamento de receitas e despesas esperadas	Martin (2003)
Evento	É neste período em que surgem novas ideias e oportunidades. Também é possível ter a visão dos controles administrativos, com objetivos estabelecidos	Martin (2003)
Pós-eventos	Como parte do processo de planejamento, é necessário desenvolver o plano para finalização do evento. Esse plano implica o desenvolvimento de uma linha de tempo e a alocação de responsabilidades e tarefas, tais como o desmonte e a remoção de estruturas do local e a retirada do equipamento.	Allen,(2003)

Marketing de eventos é o que irá melhorar a divulgação do evento. Para Silva(2009) é uma modalidade de marketing promocional que prioriza a valorização da marca do patrocinador, maximiza sua divulgação reforça sua imagem e torna a marca mais conhecido, o recall(lembrança e fixação da marca) é garantido.

O marketing de eventos agrega no marketing promocional é considerado institucional valorizando a marca do patrocinador, e assim aumentando a sua divulgação, reforçando a sua imagem e assim tornando o evento mais conhecido. Segundo Melo Neto(

1999,p 22) marketing de eventos tem como objetivo, “criar ambientes interativos onde o negócio de patrocinador se junta a consumidores potenciais promove a marca e aumenta as vendas”.

2.3 TURISMO DE EVENTOS

Para Cunha (2001), inicialmente, a palavra turismo era utilizada, apenas, para designar aqueles que viajavam por mero prazer, ou para aumentar os seus conhecimentos, com excursão de pessoas, que se deslocavam por um motivo diferente: profissional de saúde ou religiosos. Outra definição da palavra turismo, de acordo com Neves (2012), implica que o turismo é, portanto, um subconjunto das viagens e os visitantes, por sua vez, são um subconjunto dos viajantes. Essas distinções são fundamentais para a elaboração de dados sobre os fluxos de viajantes e visitantes, bem como para a credibilidade das estatísticas do turismo.

O turismo de evento envolve várias partes turísticas, Holler (*apud* Ansarah, 1999, p. 75) diz que o turismo de eventos é a parte do turismo que leva em consideração o critério de congressos, de convenções, de simpósios, de férias, de encontros culturais, de reuniões internacionais, entre outros, sendo uma das atividades econômicas, que mais cresce no mundo atual.

O turismo de eventos tem características e peculiaridades. Segundo Martin (2003),tem uma classificação de turismo em três agrupamentos, sendo estes quanto à frequência, ao conteúdo e ao volume.

O turismo de evento não é considerado turismo de negócios, no qual nem sempre o turismo de negócio envolve eventos. De acordo com Britto e Fontes (2002, p. 30-31), este é um segmento do turismo, que cuida dos vários tipos de eventos, que se realizam dentro de um universo amplo e diversificado, em que a realização desses eventos vem proporcionar ao grupo de profissionais de uma mesma área, a troca de informações, de atualização de tecnologias, envolvendo debate de novas proposições, o lançamento de um novo produto (cultural, histórico, social, industrial comercial), que se constitui no melhor desempenho do grupo de interesse em questão.

Um conceito de turismo de evento, segundo Wahab (1977), apenas coloca que o turismo é um importante fator social de ligação entre povos de regiões, de línguas e de gostos diferentes. Considerando o deslocamento de pessoas para outra região.

Existem alguns tipos de eventos turísticos, que se pode dizer que geram lucros para uma determinada localidade. O Ministério do Turismo apoia, por meio de convênio, a realização de eventos que, efetivamente, contribuam para a movimentação de fluxos turísticos regionais, nacionais e internacionais no Brasil e para a propagação da imagem positiva do país (BRASIL, 2010). De acordo com o livro, esses eventos são denominados eventos geradores de fluxo de turismo, podendo ser estas entre as seguintes festas:

- Carnaval;
- Carnaval fora de época;
- Cavalgadas;
- Eventos esportivos;
- Festas juninas;
- Festivais culturais;
- Festas e exposições de produtos locais, regionais ou nacionais;
- Rodeios, entre outros.

O turismo de evento garante um lucro para determinadas regiões, do turista que multiplica os gastos com o consumo diário. Segundo Coutinho e Coutinho (2008), no turismo, os eventos são considerados como a nova realidade da atividade turística, possibilitando o desenvolvimento de novos destinos de capitais e de municípios com estrutura já ambientada ou em vias de projeção para a independência econômico-financeira. Para Silva e Chagas (2010, p. 6):

E ainda pode estimular a Região a desenvolver estratégias de recepção e desenvolvimento sustentável, pode funcionar como ferramenta de marketing para o destino ou para a Região, expondo-o significativamente na mídia para que o turista volte a fim de lazer e possa divulgar para outras pessoas. Contribui na interiorização da atividade turística, pois pode ser realizados em cidades menores, desde que se unam e apresentem as condições de infra-estrutura necessárias para a realização dos eventos, reuniões e/ou visitas de negócio.

O turismo de evento pode contribuir para o desenvolvimento da comunidade. Para Pugen e Gayer (2012), ainda, os eventos podem ter como finalidade o despertar da comunidade para a valorização de costumes, de tradições e de manifestações culturais. Inseridos no contexto do turismo, os eventos podem atrair para a localidade nas quais são

desenvolvidos, visitantes que ali não estariam se estes não acontecessem. Assim, se bem organizados, além de ser uma alternativa, a sazonalidade podem elevar a autoestima dos autóctones. Continuando o pensamento das autoras sobre o turismo, que traz benefício para a localidade. Estes fatores podem ocorrer, porque quando os eventos acontecem e pessoas diferentes os visitam, a comunidade tem possibilidade de espalhar a cultura na cultura dos visitantes, percebendo semelhanças e diferenças, que representam a própria cultura (PUGEN; GAYER, 2012).

Uma parte que se destaca é o turismo cultural. Funiber (2002) caracteriza o turismo cultural como atividade turística, a qual envolve a realização de viagens, visitas e estadias a lugares geográficos, visando conhecimento do passado histórico e artístico, cultural e antropológico, que fazem parte do patrimônio cultural da humanidade, por meio de diversos monumentos históricos. Através do turismo cultural se pode motivar a demanda de turistas, para Silva e Chagas (2010), assim sendo, a regionalização do turismo por meio dos eventos é importante para compor a atratividade regional. Esta atitude permite ofertar um número mais amplo de atrativos do que um município sozinho, atitude que vai motivar a demanda turística por novidades, a retornar para conhecer melhor a região e as peculiaridades desta.

Um evento que é bem conhecido é o carnaval, considerado turismo cultural. De acordo com Hollando (2013, p. 100), o fenômeno do carnaval se afigura de especial importância não apenas para o entendimento das interações entre Estados, mercados e sociedades, como também para apontar os nexos, que articulam a cultura e a política, a mídia e o poder público, o lúdico e o comercial, a indústria cultural e a arte popular, o turismo e o patrimônio cultural em uma palavra, o público e o privado no Brasil hoje.

Para o Ministério do Turismo (2008), a vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura. Esta é uma das definições que o Ministério do Turismo fez em relação ao turismo de cultura. Outra definição de turismo cultural, segundo Goulart e Santos (1998) envolve que o turismo cultural é apreendido como: [...] um fenômeno social, produto da experiência humana, cuja prática aproxima e fortalece as relações sociais e o processo de interação entre os indivíduos e seus grupos sociais, sejam de uma mesma cultura, ou de culturas diferentes.

Algumas contribuições que o turismo cultural pode fazer na cultura de acordo com Carneiro, Oliveira e Carvalho (2010) no âmbito do patrimônio imaterial, o turismo pode contribuir para o revigoramento dos saberes e fazeres populares e das tradições, ora por intermédio do aumento da visibilidade dos produtores culturais, ora pela valorização das manifestações artísticas locais. Ainda, os autores acrescentam sobre a preservação da cultura. Outro fator a ser considerado, no turismo cultural, relaciona-se ao fortalecimento das identidades culturais e de práticas socioculturais específicas, que em alguns casos poderiam estar sofrendo um processo de desaparecimento.

De acordo com MTUR (2005) as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto dos elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais da cultura, Através do turismo cultural é uma forma do resgate da cultura de uma cidade.

Alguns eventos culturais precisam de patrocinadores no caso seria o carnaval. De acordo Giacaglia (2004), algumas empresas participam ou patrocinam eventos culturais para impressionar clientes e parceiros e indiretamente promover a marca da empresa no cenário mercadológico.

2.4 A CIDADE DE ITABAIANINHA E O CARNAVAL

A história da cidade de Itabaianinha é contada pela sabedoria popular. Segundo Conceição e Guimarães (2017) Distante 118 quilômetros da capital, surgiu embaixo de um pé de tamarindo, no qual os tropeiros, principalmente de Itabaiana, descansavam. Eles acabaram batizando a localidade com o mesmo nome da cidade em que viviam, acrescentando o diminutivo “inha”.

Segundo os relatos do livro. Para Conceição e Guimarães (2017) foi nesse local que se teve início uma pequena feira, na qual eles comercializavam produtos. Apesar de rico e promissor, nos últimos anos, o município estacionou no tempo. A cidade de Itabaianinha passou a ser conhecida como “Princesa das Montanhas”, por estar localizada em uma área bastante montanhosa, a 225 metros acima do mar. Fica entre as Serras do Babu, na divisa com Riachão do Dantas; dos cavalos, Ilha e catramba, divisa com Tobias Barreto; pilões, antas,

ovelhas, Flor da roda, Pedra Branca, Brejo, Bica e Alto do Urubu, a leste da sede do município.

Os relatos sempre foram passados de geração a geração de acordo com Conceição e Guimarães (2017) há versão popular de que essa localidade foi fundada no século XVIII por tropeiros de Itabaiana, que teriam colocado o nome de Itabaianinha por acharem que as duas localidades tinham semelhanças. Já os historiadores Laudelino Freire e Clodomir Silva afirmam, em seus escritos que o município teria sido, primitivamente, uma aldeia de índios.

Essa povoação passou à condição de freguesia em 6 de fevereiro de 1835 com a denominação de Nossa Senhora da Conceição de Itabaianinha, sendo desmembrada da de Nossa Senhora dos Campos, hoje Tobias Barreto.

Já em 19 de fevereiro de 1835, transformou-se em vila, compreendendo a freguesia de Nossa Senhora de Tomar de Geru. Foi em 19 de setembro de 1891, através da Lei nº3, que Itabaianinha se elevou à categoria de cidade, mas só em 19 de outubro de 1915, através da Lei nº 680, foi realmente emancipada.

Apelidada de Princesa das Montanhas, pelo poeta sergipano João Pereira Barreto, devido a sua localização privilegiada, a cidade nasceu assim, acanhadinha, ao redor de um pé de tamarindo, conforme revela a tradição oral dos mais antigos moradores deste lugarejo. De acordo com esses informantes, tudo começou com a chegada dos primeiros tropeiros e retirantes, que se arranchavam à sombra dessa árvore frondosa (derrubada pelo machado do progresso) e ali conferenciavam futuros, já que o lugar oferecia boas condições para pouso e terras de primeira para criação de gado.

Logo, esses nômades aventureiros ergueram uma vintena de casas de sopapo em diferentes pontos da nascente vila. Construíram uma capela, para abrigar os capuchinhos nas quadras de Santa Missão, quando esses andarilhos apareciam por aqui, falando no fogo do inferno e nas aflições do purgatório. Os matutos se benziavam e procuravam fugir do paganismo e da fornicção, através da pia batismal e dos arranjos de casamento.

Com o vilarejo crescendo cada vez mais, muita gente veio para cá. Apareceu a figura do juiz, o padre e do promotor. Ruas e mais ruas foram abertas e batizadas com nomes que não se vê mais: Rua formosa, Praça da Feira, Rua São Pedro, Camilo Panela e Pé Ralado. Os mandachuvias locais rebatizaram-nas com os nomes de sujeitos ligados a seus interesses.

Segundo conta a sabedoria popular, por volta do século XVIII, imigrantes vindos de Itabaiana Grande, atual Itabaiana, faziam seu pouso nesta localidade, construindo pequenos casebres no alto da montanha. Seguiam seu rumo abandonando aí o marco inicial de uma povoação. Outros iam chegando pouco a pouco e construindo seus lares em torno desse marco. Pelo aspecto topográfico muito parecido com o da povoação de onde os referidos viajantes eram originários e ainda pela semelhança do solo consistente e de pedras miúdas, passaram a chamar a localidade de Itabaianinha. Aí, então, ergueram uma capela em louvor a Nossa Senhora da Conceição, lugar onde, atualmente, é a Matriz da padroeira da cidade. Assim, foi criada a "Princesa das Montanhas", como foi chamada por João Pereira Barreto, dada a majestade do local, com situação privilegiada de domínio do planalto.

Destaca-se na economia do Estado, em virtude do grande número de indústrias têxteis, tornando-se o polo de confecções de Sergipe. Há centenas de cerâmicas de médio e grande porte (destaque para a produção de telhas e blocos), oferecendo milhares de empregos diretos. O solo do município é riquíssimo em argila e há destaque, também, na plantação de laranjas.

Esta cidade ficou famosa por ter um grande número de anões nos seus povoados. São cerca de 130 anões. Este número é grande, porque eles formaram famílias entre si, o que contribuiu para o crescimento da população de anões. Sua população também tem crescido muito pela chegada de moradores novos vindos de outro Estado, pela atração da indústria têxtil na cidade.

Reportagem realizada pelo Diário de São Paulo (DINIZ, 2015) informa que pesquisadores da USP confirmam que o município de 40 mil habitantes é o local que possui mais casos de nanismo no mundo e os números estão ligados à geografia do Brasil.

A referida matéria entrevistou um professor da UFS, Hermínio de Oliveira, que explica que com o isolamento de algumas regiões, vilarejos se transformaram em espécies de ilhas e os casamentos entre membros da mesma família se tornaram muito comuns no nordeste brasileiro – elemento responsável pelo alto índice de nanismo na região.

Segundo o jornal El País (SECO, 2016), em Sergipe, concentra-se 25 vezes mais anões que a média nacional. A reportagem traz curiosidades a respeito do município como o fato de existir um programa governamental para injetar hormônio de crescimento em habitantes da cidade. Desde os anos 1990, os médicos, coordenados pelo doutor Manuel Hermínio Aguiar Oliveira, trataram uma vintena de crianças com a mutação genética. O tratamento é gratuito e

garante uma estatura normal, segundo o médico, mas alguns se recusam. “Quando alcançam 1, 40 ou 1, 50 de altura querem abandonar o tratamento. Não têm nenhuma vergonha de serem pequenos, aqui é algo comum. São ativos, trabalham, vivem bem”, explica Aguiar-Oliveira.

Itabaianinha é um município brasileiro do Estado de Sergipe. É o nono maior município do Estado. De acordo com as informações do IBGE a população de Itabaianinha estimada para 2017 era de 41.961 habitantes, já as crianças registrada em cartório foi de 636 crianças vivas. O comercio agrícola tem um valor estimado em R\$ 35.441,00 e os da industrias corresponde a R\$ 31.416,00.



Fonte: <http://itabaianinha.transparenciamunicipios.com.br/fotos-antigas>

Construção dos correios



Praça da matriz

Fonte: <http://itabaianinha.transparenciamunicipios.com.br/fotos-antiga>

Os relatos sobre o carnaval de Itabaianinha eram de que muito antes de 1927 começaram os bailes de carnaval. Segundo Conceição e Guimarães (2017), antes mesmo de 1927, quando as sociedades e blocos carnavalescos ainda não existiam, a entrada da Quaresma era marcada pelo entrudo, antigo folguedo dos dias de folia que consistia na saída do carro triunfal, onde se entronizava a rainha, precedido pelo grupo de quatro a cinco zabumbeiros.

Um dos primeiros blocos que surgiram foi o cordão carnavalesco os turcos. Para Conceição e Guimarães (2017), quando em 1927, o cordão carnavalesco Os Turcos, saiu às ruas com seus componentes trajados à moda cigana, enfarpelados em seus coletes, blusas bufantes e calções entufados de seda negra, cabeças encobertas por turbantes com penachos e calçados com pantufas de cetim, puxados por uma fanfarra comandada pelo clarinetista Heráclito Freitas.

As primeiras escola de samba surgiram a partir da década de 1960. De acordo Conceição e Guimarães (2017), na década de 1960, surgem as primeiras Escolas de Samba: Unidos do Morro, Ritmistas da Avenida e Acadêmicos da Conveniência. Seus desfiles com

fantasias coloridas, porta bandeira, passistas, carros alegóricos e um animado grupo de batuqueiros, abrilhantavam ainda mais o carnaval daquela época.

De acordo com os autores Conceição e Guimarães (2017), foram nas décadas de 1970 e 1980 que surgiram mais blocos.

Na década de 1970, surgem os primeiros blocos carnavalescos, Manguaça, os Sujos, Vassourinhas e os Bambas. Na década de 1980, o empresário José Abílio Guimarães, já demonstrando a sua capacidade empreendedora, presenteia os foliões de Itabaianinha com o 1º Trio Elétrico, o “TRIO ELÉTRICO BARATÃO”, que embalava as multidões pelas ruas da cidade. Nesta época surgem os blocos Gaviões, Cabeça Feita, Coração de Malandro, Águias Humanas e Alto da Cruz. A Escola De Samba “Unidos do Morro”, permanece desfilando garbosamente, resistindo ao tempo e ao descaso das autoridades até os dias de hoje.

Outros relatos que consta no livro eram dos clubes que foram criados para a época do carnaval. Para Conceição e Guimarães (2017), entre os anos de 1940 e 1950, quatro eram os Clubes recreativos: Crisântemos, Lira do Amor, Lira da Esperança e o Arranca Fogo. De acordo Conceição e Guimarães (2017), O Crisântemos, fundado no dia 2 de julho de 1927, perdurou por mais de cinquenta anos. Inesquecíveis seus carnavais, considerados os mais animados da região do Sul Sergipano... O Lira do Amor, surgiu no Carnaval de 1932, fundada pelo casal Antônio Gonçalves de Moraes e Risoleta Calazans de Moraes. O Lira da Esperança, funcionava na Rua da Frieira na casa pertencente a seu organizador, Sr. José dos Santos, mais conhecido por João Louceiro, em virtude de suas atividades de ceramista, um dos mais antigos de nossa comunidade... O Arranca Fogo, era o bloco carnavalesco comandado pelo barbeiro Pedro Alves. Não tinha estatutos nem diretoria, porém arregimentava seus participantes, todos os anos, para comemorar o carnaval.

Uns dos colaboradores para o desenvolvimento do carnaval foi o senhor Nezito, De acordo com Conceição e Guimarães (2017), promovendo movimentos sócios festivos como: Bailes à fantasia, bailes de carnaval, desfile de escolas de samba, além de participar e influenciar diretamente na tradicional festa de Santos Reis, e na festa da Padroeira da cidade. Foi diretor social do badalado clube Crisântemos, diretor social do clube Princesa das Montanhas e hoje ocupa o cargo de diretor social e de harmonia da escola de samba Unidos do Morro, além de ser presidente da Associação Comunitária Recreativa Cultural e Escola de Samba Unidos do Morro.

O senhor João Bandorra foi um dos contribuintes para o carnaval. De acordo com Conceição e Guimarães (2017), no dia 11 de fevereiro de 1965, ao lado do amigo e incentivador Tennyson Fontes de Souza, criou a Escola de Samba Unidos do Morro, que desfila garbosamente até os dias de hoje resistindo à falta de incentivo e de preservação da cultural por parte por parte dos últimos administradores.

Os trios elétricos que fizeram parte do carnaval de Itabaianinha. Segundo Conceição e Guimarães (2017), no início dos anos 80, o empresário José Abílio Guimarães demonstrando a sua capacidade empreendedora, e após observar os trios elétricos no carnaval de Salvador, resolve juntar-se aos seus amigos Renildo Santana e João Cardoso (Dandão) também empresários do ramo de Cerâmica, e presenteiam os foliões de Itabaianinha com o Trio Elétrico União. União foi o nome do primeiro trio elétrico improvisado em cima de um caminhão mercedes do tipo topinho, de propriedade do Sr. João Cardoso (Dandão).

O segundo trio elétrico com o nome Baratão fez animação dos foliões do carnaval de Itabaianinha. Os autores Conceição e Guimarães faz mais um relato sobre o segundo trio, José Abílio e Renildo apresentam ao povo a nova versão do trio elétrico, agora na carroceria de um ônibus e bem mais estruturado, com novos equipamentos de som, mais cornetas para aumentar a sonorização, um gerador e um novo nome Trio Elétrico Baratão.

Escola de samba mirim Clube da Gurilândia.



Escola de samba Unidos do Morro.

Bloco de Sujos dos rítmistas da Avenida Luís Garcia.





fonte: <https://www.facebook.com/pmitabaianinha/photos>



Fonte: <https://www.facebook.com/pmitabaianinha/photos>



Fonte: <https://www.facebook.com/NoticiaComRogerioMonteiro/photos/>

3 MATERIAIS E MÉTODOS

Trata-se de uma pesquisa qualitativa, na qual se considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo (SILVA, 2005, p. 20). Define-se como uma pesquisa de cunho descritivo, de acordo com Fonseca (2009), na qual se descreve uma realidade tal como esta se apresenta, conhecendo-a e interpretando-a por meio da observação, do registro e da análise dos fatos ou fenômenos (variáveis).

O método foi buscar uma solução através da pesquisa que resultou no estudo para a avaliação do problema para orientar os organizadores de eventos na cidade de Itabaianinha. Através dos métodos partiu a necessidade de conhecer as experiências dos organizadores de eventos com intuito de analisar as competências da equipe de eventos.

Também foram realizadas entrevistas que, segundo Marconi e Lakatos (2003, p. 195) se tratam de “um encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de determinado assunto, mediante uma conversão de natureza profissional.” Pode-se definir entrevista como a técnica em que o investigador se apresenta frente ao investigado e lhe formula perguntas, com o objetivo de obtenção dos dados, que interessam à investigação (GIL, 2008, p. 109).

O estudo foi realizado na Prefeitura de Itabaianinha, com os funcionários organizadores de eventos e com personalidades importantes da história do município. Houve uma transcrição de análise e de coletas de dados com as informações cedidas pelos entrevistados. Os procedimentos adotados para a coleta foram a confecção de um questionário com oito questões e uma entrevista semi-estruturada. Esses instrumentos tinham como objetivo a identificação da gestão e organização, a cultura e o perfil dos entrevistados. Teve duração de duas horas e meio as referentes entrevistas cujo os sujeitos se entusiasmaram, com o tema proposto.

O intuito do trabalho era entrevistar alguns empresários e donos de blocos, mas algumas pessoas para as quais se direcionaram as entrevistas disseram que não tinham capacidade para responder, outra por motivos pessoais e a outra disse que iria conceder a entrevista, mas quando o pesquisador ligava para confirmar a data, esta dizia que não podia e que estava ocupada. Dessa forma, os únicos que concederam entrevistas foram o

representante de uma das escolas de samba mais importantes do Carnaval, nesta pesquisa será denominado de ENTREVISTADO A e um representante da Secretaria de Cultura do município, órgão responsável pela organização do carnaval, denominado nesta pesquisa de ENTREVISTADO B.

A pesquisa buscou analisar a prática de organização e planejamento do carnaval de Itabaianinha/SE. Entende-se, dessa forma, que o Método de Análise de Dados – análise de conteúdo, de acordo com Bardin (1977) é o recurso em que a análise de conteúdo se desenvolve com o objetivo de tirar partido de um material qualitativo (por oposição ao inquérito quantitativo extensivo). Os questionário, bem como as transcrições das entrevistas, foram primeiramente lidos, a partir disso, procurou-se identificar as respostas dos entrevistados, fazendo inferências e criando assim as categorias.

4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

A presente pesquisa fez uso de entrevista composta com oito questões, aplicada a duas pessoas ligadas ao Carnaval do município: o ENTREVISTADO A, que foi um componente da Escola de Samba Unidos do Morro, fundada no ano de 1965 e um servidor da Secretaria de Cultura do município de Itabaianinha, o ENTREVISTADO B, que foi escolhido por trabalhar diretamente com a organização do carnaval e por ter participado anteriormente da organização da Festa dos Santos Reis da cidade Itabaianinha, sendo este um dos responsáveis pela organização do carnaval e por parte do planejamento do evento.

De acordo apresentado nos objetivos, a intenção do presente trabalho era reconhecer a gestão e organização, cultura e o perfil dos entrevistados e que fatores estavam relacionados à organização de eventos da cidade de Itabaianinha.

Em relação às reuniões para decidirem a programação do carnaval de Itabaianinha o ENTREVISTADO A disse:

Em relação às reuniões quem faz é a secretaria de cultura a professora Dórea, então ela nos convidou para participar juntamente com os organizadores de blocos, para organizar o carnaval de Itabaianinha. A Escola tem 55 anos que foi fundada pelo cidadão pobrezinho, homem de poucos recursos, poucos não, quase nenhum, João Bandorra, me parece que teve onze filhos, só a família dele fazia uma escola de samba, antigamente não compravam tambores, fazia de compensado e botava couro de carneiro, de veado, matava até gato para fazer tamborins do couro de gato, às vezes até de couro de jiboia, era assim o carnaval de Itabaianinha, que não era tão organizado como hoje, por exemplo nossa escola de samba hoje é uma entidade filantrópica, sem fins lucrativo e vai ser voltado para a cultura do samba, que no ano passado o samba completou 100 anos. (ENTREVISTADO A)

Por meio deste relato, verifica-se a maneira como são realizadas as reuniões de planejamento do evento. Como podemos perceber, a secretária de cultura preside as reuniões, que contam com a participação dos representantes da escola de samba e dos blocos carnavalescos. Não se identificou na fala do entrevistado se as reuniões contam com a participação de algum profissional com formação na área de eventos, como um secretário executivo. Ao que tudo indica, os representantes dos blocos e da escola de samba, juntamente com a secretária de cultura, planejam como o evento ocorrerá. Registrou-se, portanto, a necessidade de contratação de um secretário executivo para orientar a equipe organizadora, como descrita anteriormente na pesquisa ao citar Nakane (2000).

O ENTREVISTADO B, com relação à programação do carnaval de Itabaianinha, afirma que:

Bom esse ano a nova secretária Dórea reuniu com os organizadores de cada bloco e representantes das escolas de sambas e batucadas daqui. Pelas minhas informações também participaram a vice-prefeita Janier, os secretários municipais e o da polícia militar, e discutiram os detalhes da organização e do planejamento do carnaval né, a ideia da secretária é trazer de volta a cultura do carnaval que morreu igual como ela fez na festa de Reis, resgatou o tradicional da festa de Reis como o reisado e a banda de pífano. Só que não é bem assim, não morreu totalmente porque tem uns que resistiram a manter as tradições como a escola de samba do Morro, algumas como que fazem as batucadas só não morreu porque os componentes gostam do que faz, é a época que todos se diverte por igual. Esse ano foi uma ideia boa da secretária porque os batuqueiros e a escola de samba tiveram um apoio e também mostrou as crianças da nossa cidade como era o carnaval de antigamente. É feita uma pesquisa dos carnavais anteriores para que possamos analisar o que o público espera, assim conseguimos construir. Depois da reunião com a secretaria de cultura e o prefeito convocamos outra com os representantes das escolas de sambas, batucadas do municípios e organizadores de blocos para decidirmos o horário que cada um iria sair nas ruas. (ENTREVISTADO B, 2017)

Observa-se que algumas autoridades políticas e representantes dos blocos e da Escola de Samba Unidos do Morro se reúnem para pensar o carnaval. O resgate à tradição mostra, segundo o entrevistado, a resistência daqueles que preservaram durante longos anos a cultura do carnaval genuíno, não permitindo que a festividade perdesse suas raízes. Entende-se que o planejamento e organização do carnaval ocorrem sob esta visão.

A Escola de Samba, segundo o ENTREVISTADO A (2017), passou a ser uma entidade sem fins lucrativos, de personalidade pública, com o propósito de preservar a cultura local ligada ao samba, aperfeiçoando-se ao longo do tempo. Percebe-se, na fala do ENTREVISTADO A que a história do carnaval em Itabaianinha é também a própria história da escola Unidos do Morro:

Começou com os cordões. Era frevo, samba, tudo misturado, depois veio um cidadão daqui do município de Itabaianinha, que morava no Rio de Janeiro e foi dito por ele que lá no Rio só imperava samba, onde eram realizados nos clubes sociais, como aqui também já existiram os clubes sociais, como os Crisântemos, Princesa das Montanhas, e a Acri, hoje só temos um, a AABB, então a gente veio esquentar os tambores para fazer samba em 1965, eu tinha mais ou menos meus 17 anos, comecei a fazer carnaval junto com João Bandorra, o fundador, Nezito e o saudoso ex-prefeito Tennysson Fontes Souza, que ajudou a fazer a escola de samba. Não fiquei por muito tempo na escola de samba, fui participar do Bloco Volantes, depois dos Bambas, dos paqueras. Existiram vários blocos de samba que disputaram entre si, aqui era gostoso o carnaval de Itabaianinha, infelizmente depois do trio elétrico, do axé que caracteriza a Bahia, dessa forma as escolas de samba e blocos ficaram desmotivados, nós fomos seguindo a passos de tartaruga, não deixamos essa escola de samba se acabar, juntamente com Nezito, transformamos essa escola em uma associação e hoje tem juridicamente reconhecimento, CNPJ, tem o título de utilidade pública concedido pela câmara de vereadores de Itabaianinha, o título de

utilidade pública concedido pela Assembleia Legislativa na pessoa do Deputado Mitidieri, que nos ajudou a concorrer também com o título de utilidade pública da União Federal e é esse meu objetivo e depois construir a sede, depois que conseguir a construção, já estou com meus 80 anos, então vou me afastando para dá lugar aos mais novos. Fazendo um carnaval bonito, para prevalecer a nossa cultura. (ENTREVISTADO A, 2017)

Verifica-se que, segundo o ENTREVISTADO A (2017), a tradição do samba presente na cultura de Itabaianinha veio da cidade do Rio de Janeiro e ganhou o gosto popular, inserindo-se em várias festividades realizadas no local. Isso tornou possível a criação da associação que oficializou a escola de samba, fundada por João Bendorra, com título de utilidade pública. A participação dela no carnaval é sustentada pelo reconhecimento da tradição local, mesmo com o surgimento de outros ritmos.

O ENTREVISTADO B (2017) destaca a importância da valorização e preservação da cultura local durante o planejamento e na organização do carnaval. Quanto a isso, constatou-se a participação de representantes de escolas de samba, de blocos carnavalescos e outros grupos participantes da festa.

Em relação ao que atrai o público, o entrevistado diz que:

A comissão organizadora de eventos entende que o que atrai o público é a junção entre a tradicionalidade e modernidade da festa, a existência de blocos de marchinhas de antigos carnavais como também a presença de blocos modernos de referências internacionais como o Holy Folia e Devassa Fantasy que se tornaram as atrações principais do carnaval que atraiu mais os turistas. (ENTREVISTADO B, 2017)

Sempre nas respostas, o entrevistado enfatiza o carnaval como uma tradição juntando o tradicional com a modernidade que está tendo no carnaval de Itabaianinha. Em relação a isso, o ENTREVISTADO A relatou que:

Olha, aqui a tradição é o samba. Os municípios circunvizinhos vêm todos pra aqui. Quem gosta de samba nesse ano vai ser melhor ainda porque não vão festejar o carnaval nas cidades vizinhas, vem todos para Itabaianinha, como de Tobias Barreto Tomar do Geru, Cristinópolis, Umbaúba, Arauá, Lagarto, então muita gente vem pra aqui. Essa tradição de samba de Itabaianinha, já está chegando até em Portugal, tem uma cunhada da minha filha, que mora lá e está levando o CD, com os enredos e mostrando o carnaval da minha terra então isso é grandioso. Olha, aqui estamos esperando uma amiga minha que vem de São Paulo, geralmente são filhos da terra que moram lá que vem passar sempre o carnaval. Pra vim gente de lá só quando eles trazem acompanhados com eles. Não existe uma divulgação maciça do nosso carnaval e a atração maior é na terça-feira, que tem o desfile da nossa escola de samba. Os itabaianienses que moram em Aracaju trazem os amigos para vir tomar uma cervejinha junto com a gente batendo o samba. “Oi, me leva! Pra onde o morro for eu vou atrás” Nós recebemos na faixa de mil a três mil turistas, agora está difícil porque a situação financeira desse país está caótica, ninguém tem dinheiro então fica difícil para o turismo, para hospedagem nós temos hotéis e pousadas de última

geração, só está faltando o incentivo do poder público e da secretaria da cultura fazer mais divulgação do nosso carnaval e criar uma nova história do nosso carnaval”. (ENTREVISTADO A, 2017)

Para o ENTREVISTADO A (2017), é a tradição do samba uma das principais atrações dos turistas que se dirigem à cidade e dos nascidos em Itabaianinha que retornam à sua cidade natal para usufruírem do carnaval. As pessoas que moram nos municípios circunvizinhos também formam a massa que brinca no carnaval de Itabaianinha.

De acordo com o ENTREVISTADO B:

A organização do evento é feita pelos funcionários da secretaria de cultura, junto com o setor de comunicação, a secretaria de indústria e comércio faz a parte da organização de ambulantes, a guarda municipal junto com o comando da Polícia Militar cuida da segurança do evento e a SMTT cuida do controle de veículos dentro do evento e ao redor. (ENTREVISTADO B, 2017)

O carnaval de Itabaianinha é realizado pela prefeitura, mais precisamente pela Secretaria Municipal de Cultura, que disponibiliza servidores a atuarem diretamente com a estruturação e programação do Carnaval. Além disso, estabelece parceria com outros órgãos para melhor utilização do espaço e do controle de público.

Com relação à equipe que forma a escola de samba, o ENTREVISTADO A afirma:

Da minha escola de samba temos uma diretoria que sou eu o presidente, vice-presidente, tesoureiro, diretor social e o conselho. Nós nos reunimos para tomar decisões, se tudo for aprovado tudo bem se não, marcamos uma nova reunião e decidimos tudo. Hoje, por exemplo, temos pessoas pra tomar contas das alas, a escola possui em média de três a quatro alas, tem a bateria que o coordenador é João, rainha da bateria, ala de sambistas e ala das baianas, pessoas essas escolhidas que se dediquem para que tudo corra bem e estamos começando agora a fazer isso. Sempre tivemos um sócio e um membro da diretoria que quem coordena essa, o mestre sala, por exemplo, eu nunca tive uma pessoa responsável. (ENTREVISTADO A, 2017)

Observa-se que a Escola de Samba Unidos do Morro possui claramente uma equipe de administração e organização. Não se verificou, contudo, profissionais com formação na área de eventos na equipe técnica administrativa da escola, embora esta, como já se constatou, participa diretamente da organização do Carnaval.

Sobre a mobilização do comércio o ENTREVISTADO A diz:

Se tiver um carnaval maciço mesmo, com trio elétrico e samba, todo o comércio vende que aqui é o lugar que mais vende cerveja em Sergipe em Itabaianinha só perde para capital de Sergipe. O comércio vende muitos sapatos, só não tem uma

empresa que fabrique fantasia que se dedique esse negócio, ninguém se dedicou porque não temos incentivo da cultura. (ENTREVISTADO A, 2017)

O ENTREVISTADO A (2017) destaca em relação ao comércio o consumo de bebidas alcoólicas, as pousadas e as lojas, que através da necessidade desses recursos durante o evento, aumenta o faturamento do comércio.

Por sua vez, com relação à mobilização do comércio durante o evento, o ENTREVISTADO B, afirma que:

Uma das maiores datas esperadas pelo comércio é o carnaval, por se tratar de uma data que faz vários setores da economia local crescer com isso, gera empregos temporários e também cria prestadores de serviços como ambulantes na verdade todos saem ganhando e a riqueza circula na cidade. (ENTREVISTADO B, 2017)

Percebe-se que o carnaval contribui para o aumento da atividade comercial em Itabaianinha, favorecendo a movimentação da economia pela cidade, beneficiando os comerciantes, tanto os formais quanto os informais. Essa característica, ao que tudo indica, é elemento a se pensar no processo de planejamento da festa, pelo impacto que pode provocar no comércio local.

Em relação aos patrocínios para a manutenção das despesas geradas pela escola, o ENTREVISTADO A afirma:

Já na escola de samba os patrocinadores são os sócios que mantém a maior parte dos custos. Alguns empresários, como os ceramistas, fazem as suas doações em dinheiro. A prefeitura fornece alguns recursos e algumas pessoas físicas. (ENTREVISTADO A, 2017)

De acordo com o entrevistado, para que tudo dê certo na organização de eventos é importante que sejam divididas as tarefas, pois se cada um tiver as funções realizadas, como são divididos na escola de samba, ocorre tudo de bom. Apesar do entrevistado não ter nenhuma informação sobre a organização de eventos ele definiu muito bem que as tarefas sempre devem ser divididas para que tudo dê certo em um evento.

Com relação aos patrocinadores ou se o recurso vem da prefeitura, o ENTREVISTADO B relatou que:

Bom, normalmente o comércio consegue fazer essa parceria com a prefeitura, mas esse ano devido à crise, o investimento maior partiu do órgão público, junto com algumas empresas da cidade e o Banco Banese conseguiu estar custeando um apoio financeiro para realização do evento. (ENTREVISTADO B, 2017)

Observa-se que há grande dependência de recursos públicos, tanto materiais e humanos quanto financeiros para a realização da festividade. Mas, segundo o entrevistado, há participação também da iniciativa privada.

O ENTREVISTADO A (2017) também comenta sobre a influência do carnaval para a cultura de Itabaianinha: “É toda, pois o carnaval de Itabaianinha é formado de sambas desde o começo, com vários grupos que foram formados”. Como um fator negativo, o entrevistado destaca: “O único ponto que falta é o incentivo dos políticos e uma divulgação bem elaborada do carnaval”. Sobre a influência da história do carnaval para a cultura de Itabaianinha, o ENTREVISTADO B diz que:

A valorização da cultura local e incentivo às manifestações culturais, com as escolas de samba, X9, Unidos do Morro etc. No caso da escola de samba Unidos do Morro se destaca mais porque virou tradição no último dia do carnaval faz o seu desfile pelas ruas principais da cidade lembrando um pouco do carnaval do Rio de Janeiro e São Paulo. (ENTREVISTADO B, 2017)

Para esse entrevistado há sim uma história do carnaval no município, retratada através da Escola de Samba e das Batucadas que ocorrem nesses dias de carnaval, que precisam ser valorizadas pelos envolvidos na organização do carnaval. Os entrevistados demonstram preocupação quanto à preservação da cultura local construída ao longo dos anos e a necessidade de manter na organização do carnaval o espaço adequado para a valorização do samba.

Referente ao desenvolvimento do carnaval da cidade de Itabaianinha, para ele:

Por se tratar de uma tradição no município não vem só como uma obrigação, mas sim como uma valorização das manifestações culturais do município. Valorizar as marchinhas, as escolas de samba, e os tradicionais blocos de rua foi o maior objetivo que tínhamos em relação a construção do carnaval. O carnaval de antigamente era em uma carroceria de um caminhão onde ficava batucada e ali o pessoal ficava dançando, aí depois surgiu o primeiro trio elétrico de Itabaianinha feito por José Abílio proprietário da cerâmica São José. Tinha escola de samba como retimistas da avenida, Unidos do Morro que permanecem até os dias atuais. Tínhamos o carnaval de clubes pela tarde matineis das crianças e a noite a partir das dez horas o carnaval para adultos. (ENTREVISTADO B, 2017)

Em resposta à pergunta que faz referência aos pontos importantes para que a organização do evento dê certo, o ENTREVISTADO B (2017) afirma que: “para nós o planejamento é em primeiro lugar para depois vir a proatividade com tudo que envolve a

organização do evento, juntamente com parcerias com o comércio e órgãos públicos e a sociedade”. Apesar de ter pouco entendimento sobre eventos, o entrevistado afirma que o planejamento é a base de tudo para que tudo ocorra bem.

Pode-se verificar, portanto, que o planejamento e organização do carnaval no município de Itabaianinha são realizados pela prefeitura municipal, por meio da Secretaria de Cultura, que convoca servidores ligados ao setor e pessoas da sociedade ligadas a blocos, escolas de samba e batucadas. Não é ainda realidade no carnaval da cidade a participação de um profissional com formação na área de organização de eventos, com a assessoria, por exemplo, de um secretário executivo.

Os recursos financeiros que custeiam as despesas com o evento vêm basicamente do Poder Público, em parceria com patrocinadores, que são geralmente empresas que atuam no município. Os recursos humanos e materiais são fornecidos pela secretaria de cultura, mas com parcerias com as escolas de samba, batucadas locais e blocos carnavalescos, estes de iniciativa da sociedade.

A realização do carnaval reflete positivamente na economia itabaianiense, favorecendo o comércio já instalado e os vendedores ambulantes. Isso ocorre pelo movimento do público nos dias de festa, reforçado pela presença de turistas e de pessoas naturais da cidade que retornam para prestigiar o carnaval.

Verifica-se que os depoimentos obtidos podem identificar que os entrevistados citam principalmente a cultura – que foi construída ao longo da história do carnaval e faz parte da memória coletiva, especialmente das escolas de samba tradicionais – e o planejamento do evento. Para Alberton (2011), a concepção e planejamento de um evento deverão ser precedidos de estudo de viabilidade para a análise das condições e capacidade da entidade promotora para sua realização. Além disso, há necessidade de realizar previamente ampla pesquisa técnica para conhecer a opinião do público-alvo, objetivos, sistemática, locais, datas, horários, participantes, convidados. As disposições citadas servem também para a divulgação.

Segundo Alberton (2011), com base nessa verificação, será definida a estratégia de marketing para promover o evento bem como veículos de comunicação e divulgação. É importante, numa festa como o carnaval, de viés cultural, conhecer o que está no imaginário da população e estabelecer mecanismos de divulgação e promoção dos costumes, seja nos shows, nas apresentações, nas vestimentas, na própria estrutura.

O perfil dos entrevistados desta pesquisa apresentam-se como o presidente da escola de samba e o outro entrevistado como um dos responsáveis da organização de eventos por já possuir experiência na organização dos festejos da festa de Santos Reis. O entrevistado A possui o 2º grau completo foi professor e vereador da cidade, casado, com filhos e netos, o entrevistado B possui o 2º grau completo esteve exercendo pela primeira vez como organizador de eventos.

5. CONCLUSÃO

O presente trabalho teve como intuito absorver maior conhecimento sobre a organização do carnaval de Itabaianinha e com o objetivo de responder qual é a prática de organização e planejamento do carnaval de Itabaianinha/SE. Para se chegar a este objetivo maior, foram coletados dados que contribuíssem no alcance dos objetivos específicos; a gestão do carnaval, a contribuição para história e cultura na cidade de Itabaianinha e o perfil dos entrevistados. é considerado um evento que conserva a cultura da cidade através das batucadas e escolas de sambas.

No entendimento de que o carnaval é uma festa popular tradicional, que faz parte do calendário oficial do Brasil, para sua organização é necessário conhecer bem seu público-alvo, os anseios dele e suas necessidades. É muito importante também formar uma equipe técnica e de apoio que tenham conhecimento sobre o evento em si, sua estrutura, de forma que os objetivos estabelecidos sejam alcançados com êxito. O planejamento e a divisão de tarefas são fundamentais.

Ao se analisar a prática de organização do carnaval da cidade de Itabaianinha, verificou-se que fica a cargo do Poder Público Municipal, por meio da Secretaria de Cultura, toda sua estruturação, seja material, humana ou financeira. Há, contudo, a participação da iniciativa privada como patrocinadora, bem como da sociedade, através dos blocos carnavalescos, das escolas de samba e de outros grupos ligados à animação da festa.

Nota-se que para ter uma desenvoltura em relação ao carnaval e atrair mais turistas seria importante melhorar a divulgação do evento, como citado pelo primeiro entrevistado, ao registrar que existe uma falta de divulgação por parte da Secretaria de Cultura. Essa iniciativa poderia favorecer inclusive a captação de recursos, uma vez que a maior parte do investimento vem dos cofres da prefeitura.

No âmbito cultural, ficou bem claro a valorização do samba para a qual a comunidade tenta preservar como o atrativo cultural, tendo em vista que os entrevistados o consideram como de valor turístico para o município. Com a realização deste evento existe uma expectativa muito grande dos comerciantes, para aumentar sua margem de lucro, citado pelo primeiro entrevistado que destacou a movimentação de pessoas que ocorre nessa data. Neste

caso pode-se dizer que a realização do carnaval despertará na população conhecer melhor sua própria história e sua própria cultura e, conseqüentemente, valorizar e preservar.

Um ponto importante que a pesquisa apontou foi à ausência de profissional com formação na área de organização de eventos durante o planejamento e execução do carnaval. Os envolvidos são pessoas que têm formação diversa o que pode trazer conseqüências desfavoráveis, como gastos desnecessários, projetos mal elaborados e objetivos mal traçados. Ter a orientação de um profissional da área facilita a realização do evento em todas as suas etapas. No resultado das entrevistas, percebeu-se que os responsáveis pela organização do carnaval de Itabaianinha precisam ser auxiliados por um profissional com formação na área de organização de eventos.

Portanto, a tradicional festa de carnaval itabaianiense atrai um público considerável e requer dos profissionais envolvidos na sua organização um planejamento adequado, com a elaboração de um projeto que contemple as necessidades do público-alvo e que conte com a assessoria de um profissional formado na área de organização de eventos, como o secretário executivo. É preciso que a Prefeitura Municipal, mentora direta do evento, reflita sobre sua atual prática de organização e busque aprimorá-la, ampliando os benefícios que o carnaval pode trazer para a cidade. Novos estudos a respeito desse assunto podem ser realizados a fim de que os organizadores do carnaval de Itabaianinha realizem um evento cada vez mais organizado e com resultados cada vez melhores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBERTON, Marcia: **Manual de eventos**. Diretora Epistemi eventos e Turismo LTDA ,Jaraguá do Sul, 2011

ALLEN, Johnny, et al. **Organização e gestão de eventos**. Rio de Janeiro: Campus,2003.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. 70. ed. Lisboa: LDA, 1977.

BILERT, Vania Silva de Souza et al. **O Papel do secretário executivo na organização de eventos**. 1 Encontro Acadêmico de Secretariado Executivo (Anais) Unioeste – Campus de Toledo Toledo-PR – 04, 05 e 06 de novembro de 2010.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo de negócios e eventos: orientações básicas/ Ministério turismo, secretaria Nacional de políticas de turismo, departamento de estrutura, articulação e ordenamento turísticos, coordenação e ordenação turísticos coordenação-geral de segmentação**. 2. ed. Brasília, 2010.

BRASIL Ministério do Turismo. **Diretrizes, para o desenvolvimento do turismo cultural**, Brasília. MTUR ,2005

CONCEIÇÃO, GUIMARÃES: José Carlos, Tayronne dos Santos. **Itabaianinha em fatos e fotos**. Ed: Infographics2017

COSTA, Jamile Aparecida **Proposição de implantação de um manual de organização de eventos para SERPRATI**, 2009

COUTINHO, Helen Rita Menezes. **Organização de eventos**. Manaus: Centro de educação tecnológico do Amazônia, 2010.

CUNHA, Licínio. **Introdução do turismo**, 1. ed. Lisboa: Verbo, 2001.

DADOS GERAIS DE ITABAIANINHA, Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=280300&search=sergipe|itabaianinha> acessado no dia 17 novembro de 2017

DIAS, Daniella Camila Araújo. **O evento artístico-cultural e sua contribuição para a comunidade**, 2011

DINIZ, Bárbara Saryn. Itabaianinha é conhecida como a Cidade dos Anões. 06 ago. 2015. **Revista eletrônica de turismo Cultural**. v. 4, n. 1, 1º semestre de 2010. Disponível em: <<http://www.diariosp.com.br/noticia/detalhe/84916/itabaianinha-e-conhecida-como-a-cidade-dos-anoes>>.

DUARTE, João David Oliveira. **Organização e gestão: métodos e técnicas e a sua aplicação na atividade das empresas de eventos**,2009

FERREIRA, Rosilene Barbosa. **Planejamento, organização e promoção de eventos: Um estudo de caso da semana do fazendeiro da Universidade Estadual de Viçosa**, 2008.

FONSECA, Regina Célia Veiga da Fonseca. **Metodologia do trabalho científico** Curitiba: ISEDE, 2009.

GIACAGLIA, Maria Cecília .**Organização de eventos**: Teoria e pratica. Ed: Pioneira thomson Learning, 2004

GIACAGLIA, Maria Cecília .Organização de eventos: Teoria e pratica. Ed: Pioneira thomsonLearning,2003

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

_____. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

_____. **Métodos e técnicas e pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GOIN, Amanda; LOVIZON, Elaídes. Organização de Eventos: diferencial do Secretariado. **Secretariado Executivo em Revist@**, v. 6, 2010. Disponível em: <<http://seer.upf.br/index.php/ser/article/view/1792/1195>>.

GONÇALVES, Carmem. **Gestão de eventos em turismo**. Brasília: UNB, 2003.

GOULART, Marilandi; SANTOS, Roselys Izabel C. dos. Uma abordagem histórico-cultural do turismo. **Turismo-Visão e Ação**, v. 1, n. 1, p. 19-30, 1998.

JESUS, Ediclécia Santos de. **A influencia do Habitus para o secretario na elaboração de eventos culturais**: Um estudo de casona secretaria de estado da cultura de Sergipe, 2011.Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em secretariado executivo) – Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão,2011

LUNKES, Rogerio João. **Manual de orçamento**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MARTIN, Vanessa. **Manual prática de eventos**. São Paulo: Atlas, 2003.

MARTINS, Almira. **Planejamento de eventos tipologia de eventos**: A influência das necessidades dos públicos na formulação de eventos.

MATIAS, Marlene. **Organização de eventos**: procedimento e técnicas 4. ed. Barueri, SP: Manole, 2007.

_____. **Organização de eventos**: procedimentos e técnicas. 4 ed. Barueri, SP: Manole, 2013.

MELO NETO, F. **Marketing de eventos**. 2. ed. Rio de Janeiro: Sprint, 1999.

MOTA, Keila Cristina Nicolau. **Marketing turístico**: Promovendo uma atividade sazonal, São Paulo: Atlas 2001

NEVES, Janine do Rosário Oliveira. **O papel dos eventos no reforço da atratividade turística de Cabo Verde**: o caso da cidade da Praia. Cabo Verde, 2012. Monografia (Doutorado). Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril.

NUNES, Cátia. **Organização de um evento**. Técnicas de secretariado. Escola Secundaria de Paços de Ferreira, 2008/2009. Módulo 20.

PISCOPO, Marcos Roberto. Gestão estratégica de eventos a partir da rede de valor. **Revista de Gestão e Secretariado**, São Paulo, v. 3, n. 2, p 127-152, jul./dez. 2012.

PUGEN, Bianca; GAYER, Priscila. **A Participação da comunidade local na gestão de eventos turístico**. Anais do VII seminário de pesquisa em turismo do Mercosul. Turismo e Paisagem relação complexa 16 e 17 de novembro de 2012. Caxias do Sul. Universidade de Caxias do Sul.

RODRIGUES, AdyrBalastrieri. (org). **Turismo e desenvolvimento local**. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 2002.

RIBEIRO,VAREIRO,FABEIRO e BLAS. **Importância da celebração de eventos culturais para turismo do minho –lima: estudo de caso**, 2006

RUBIN,BARBALHO e RUBIN, Linda, Alexandre e Antônio: **Organização e produção da cultura**. Et al- Salvador EDUFBA Facowcult 2005

SABINO, Rosimeri Ferraz; ROCHA, Fábio Gomes. **Secretariado: Do escriba ao webwriter**. Rio de Janeiro: Braspot, 2004.

SANTOS, Nadja Fonseca dos: **O profissional de secretariado e a gestão de eventos**. 2011Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em secretariado executivo) – Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão,2011

SECO, Raquel. **Aqui ninguém quer ser grande**: Itabaianinha, em Sergipe, concentra 25 vezes mais anões que a média nacional. **Jornal El País**. Disponível em: <http://brasil.elpais.com/brasil/2016/05/25/politica/1464189654_366336.html>.

SILVA, Advaldo Macie da. **Markenting de eventos**. Monografia do Centro Universitario de Brasilia Uni CEUB 2009

SILVA, Edna Lúcia da.**Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. Esfera Muszkat Menezes. 4. ed. Florianópolis: UFSC, 2005.

SILVA e CHAGAS Lucas Ferreira Da, Marcio Marreiro das. **Eventos como Oportunidade de Regionalização: Uma Análise com Base na Percepção dos Gestores, dos Empresários e da Comunidade Autóctone da Região Agreste/Trairi**. L,2010

TARGIANO, Maria das Graças. **Ciência, divulgação científica e eventos técnicos _científico**. XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação_ UnB 2006

TENAN, Ilka PauleteSvissero. **Eventos**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2006.

TOSQUI, Patrícia **Uma breve história do turismo**, 2007

YIN, Robert K. **Estudo de caso: Planejamento e métodos**. Tradução Daniel Grassi. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

APÊNDICE

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA (GESTORES, PERSONALIDADES LOCAIS E ORGANIZADORES DO EVENTO)

1. Como são as reuniões para decidirem a programação?
2. Como foi se desenvolvendo o carnaval em Itabaianinha? Como começou?
3. Em sua opinião, o que atrai o público no carnaval para receber turistas? Quantos são?
4. Como esses eventos têm mobilizado o comércio?
5. Como é formada a equipe para organizar os eventos? Quais são suas funções?
6. Existem patrocinadores ou todos os custos provém da prefeitura? Como é essa decisão?
7. Quais os pontos importantes para que tudo dê certo na organização?
8. Qual a influência do carnaval para a cultura de Itabaianinha?